

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS NASABAH  
BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG SURAKARTA**



**NASKAH PUBLIKASI ILMIAH**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Tugas dan Syarat-syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Syari'ah (S.Sy.)  
pada Program Studi Muamalat (Syariah)

oleh:

**ROIS MUHAMMAD ZAKY**

**NIM : I 000 090 024**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2013**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jl. A. Yani, Tromol Pos 1, Pabelan, Kartasura, Telp. (0271) 717417 Ext. 185, Fax 715448 Surakarta

**SURAT PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini pembimbing skripsi/tugas akhir:

Nama : M. Muhtarom, S.H., M.H.

NIK : 382

Telah membaca dan mencermati naskah artikel publikasi ilmiah, yang merupakan ringkasan skripsi/tugas akhir dari mahasiswa:

Nama : Rois Muhammad Zaky

NIM : I 000 090 024

Fakultas/ Progdil : FAI/ Muamalat (Syari'ah)

Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
LOYALITAS NASABAH BANK MUAMALAT  
INDONESIA CABANG SURAKARTA**

Naskah artikel tersebut, layak dan dapat disetujui untuk dipublikasikan.

Demikian surat pengesahan ini dibuat, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 13 Maret 2013

Pembimbing,

**M. Muhtarom, S.H., M.H.**

**NIK : 382**

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS NASABAH BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG SURAKARTA**

oleh: Rois Muhammad Zaky (NIM: I 000 090 024)

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta

## **ABSTRAK**

Secara konseptual, prinsip sesuai syari'ah yang menjadi landasan bank syari'ah mempunyai nilai lebih yang berbeda dibandingkan bank konvensional. Sehingga prinsip-prinsip ini memberi daya tawar lebih pada masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim. Namun faktanya, perkembangan aset bank syari'ah secara nasional masih sangat jauh dibanding total aset bank konvensional.

Perkembangan ini tentunya terkait erat dengan kesetiaan nasabah untuk menginvestasikan dananya di bank syari'ah yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Dari segi perkembangan jumlah nasabah perbankan syari'ah secara nasional, terlihat peningkatan yang signifikan, yang berarti adanya kesetiaan nasabah yang ditandai dengan jumlah nasabah yang terus bertambah. Dan Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank syari'ah pertama di Indonesia mencatat prestasi terbaik dalam perkembangan jumlah nasabah ini, sehingga penulis tertarik untuk meneliti dengan objek penelitian di salah satu cabangnya, yaitu BMI Cabang Surakarta.

Adapun permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah (1) bagaimana loyalitas nasabah BMI Cabang Surakarta, serta (2) apa saja faktor-faktor yang memengaruhinya. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi nasabah dalam memilih menabung lebih lama dan kemudian loyal kepada BMI Cabang Surakarta. Dan untuk mencapai tujuan tersebut peneliti menggunakan Penelitian Lapangan (*Field Research*) dengan metode pengumpulan data yaitu angket, wawancara dan dokumentasi. Data yang menjadi sumber primer adalah berasal dari nasabah di BMI Cabang Surakarta. Adapun analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *deskriptif kualitatif*.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa loyalitas nasabah di BMI Cabang Surakarta berada pada tingkatan yang tinggi, yang ditandai dengan lamanya mayoritas nasabah menabung di BMI Cabang Surakarta, mayoritas nasabah yang memprioritaskan BMI Cabang Surakarta dalam pemilihan jasa perbankan, kekebalan mayoritas nasabah terhadap tarikan dari bank lain, keyakinan mayoritas nasabah bahwa BMI Cabang Surakarta adalah yang terbaik, adanya niat hampir semua nasabah untuk selamanya menabung di BMI Cabang Surakarta serta adanya rekomendasi yang dilakukan oleh nasabah.

Kemudian bahwa loyalitas yang tinggi tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor yaitu : (a) faktor prinsip syari'ah yang diterapkan, (b) faktor pelayanan dan fasilitas yang diberikan, (c) faktor fitur produk yang diberikan, (d) faktor jaminan dan keamanan dana yang diberikan, serta (e) faktor lingkungan (teman, keluarga dan relasi) nasabah.

**Kata kunci : faktor ideologis, loyalitas nasabah, bank syari'ah.**

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dari pengertian Bank di dalam UU No. 21 tahun 2008, dapat dipahami bahwa yang harus menjadi prioritas kegiatan perbankan adalah untuk membantu pendanaan kegiatan masyarakat melalui sebuah sistem penghimpunan dan penyaluran dana. Pengertian ini sesungguhnya sejalan dengan pola konsumsi yang diajarkan Islam untuk menyisihkan sebagian pendapatannya untuk disimpan dan berbagi, serta pola simpanan yang mengharuskan umat Islam untuk melakukan berbagai macam usaha yang produktif atau investasi<sup>1</sup>. Konsep kelembagaan bank dan kedudukannya di tengah-tengah masyarakat tentu saja sangat tepat dan penting untuk menghimpun dana-dana ini, untuk kemudian disalurkan dalam rangka meningkatkan ekonomi umat.

Perbankan Islam di Indonesia dirintis sejak tahun 1980-an dan akhirnya mewujud menjadi sebuah institusi/ lembaga keuangan pada tahun 1991. Semangat yang melatarbelakangi pendirian bank syari'ah di Indonesia diantaranya karena keinginan umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan mu'amalahnya, keinginan untuk memperoleh kesejahteraan lahir dan batin melalui kegiatan muamalah yang sesuai dengan perintah agamanya, serta keinginan untuk mempunyai alternatif pilihan dalam mempergunakan jasa-jasa perbankan

yang dirasakan lebih sesuai<sup>2</sup>. Dari sini, dapat diambil kesimpulan bahwa perbankan konvensional dirasakan tidak sepenuhnya sesuai dengan prinsip ajaran agama Islam.

Karena bagi seorang muslim, pilihan hidup itu ialah pilihan hidup yang baik berdasarkan ajaran agama Islam. Dalam beberapa ayatnya Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ

تَقَاتِهِ وَلَا تَمُوتُنَّ إِلَّا وَأَنتُمْ مُسْلِمُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dengan sebenar-benar takwa kepada-Nya; dan janganlah sekali-kali kamu mati melainkan dalam keadaan Muslim.” (Q.S. Ali Imron: 102).

Pengamalan ayat diatas dalam aktifitas keuangan (perbankan) adalah seorang muslim seharusnya menjauhi perkara yang tidak sesuai dengan prinsip ajaran agama Islam. Secara tegas, seharusnya seorang muslim menjadikan bank syari'ah sebagai pilihan lembaga keuangan yang mengelola dananya.

Perkembangan aset bank syari'ah secara nasional masih sangat jauh dari total aset bank konvensional. Berdasarkan Statistik Perbankan Indonesia yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia<sup>3</sup> dapat dilihat bahwa jumlah aset Perbankan Konvensional berjumlah 3.951,150 triliun rupiah, sedangkan jumlah aset Perbankan Syari'ah hanya 159,472 triliun rupiah. Padahal

<sup>1</sup> Antonio, Karnaen Perwataatmadja dan M. Syafi'i. 1992. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf. hlm. 6.

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> Statistik Perbankan Indonesia. Juni 2012. <http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/728F40BB-AF9E-4229-86B0-1E47D27F4BF7/26807/SPIJuni2014.pdf>.

beberapa ahli menyebutkan bahwa bagi bank syari'ah, jumlah muslim yang mayoritas seharusnya dapat menjadi pangsa pasar yang memberikan prospek cerah bagi perkembangan perbankan syari'ah. Fenomena ini memberikan fakta bahwa masyarakat Indonesia sebagai masyarakat yang mayoritas muslim, baru sebagian kecil saja yang telah menjadi nasabah bank syari'ah.

Perkembangan sebuah bank diantaranya dipengaruhi oleh keadaan nasabah yang menabung di bank tersebut. Jika dilihat dari perkembangan jumlah nasabahnya, bank syari'ah sebenarnya mencatat pertumbuhan yang sangat baik. Pertumbuhan tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Dari tren perkembangan positif yang terlihat pada tabel dibawah, dapat dilihat bahwa nasabah yang ada di bank syari'ah mempunyai kesetiaan untuk tetap menabung, sehingga kemudian penambahan nasabah terus terjadi.

Salah satu diantara bank syari'ah yang masih tetap eksis, dan memang menjadi pelopor kemunculan bank syari'ah di Indonesia ialah Bank Muamalat Indonesia (BMI), yang kemudian mengembangkan jaringannya ke Surakarta dengan mendirikan BMI Cabang Surakarta. Secara nasional bank ini mencatat banyak prestasi yang membanggakan bagi perkembangan perekonomian syari'ah di Indonesia. Salah satunya adalah menjadi peringkat pertama pada

<b>Jumlah Nasabah Perbankan Syari'ah secara Nasional<sup>4</sup></b>					
Jenis	2008	2009	2010	2011	2012
Bank Umum Syari'ah dan Unit Usaha Syari'ah	3.766.067	4.537.565	6.053.658	8.187.428	10.847.862
Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah	437.464	517.944	558.927	681.476	787.923

Indonesian Bank Loyalty Award (IBLA) Markplus Insight 2012 pada Kategori Saving Account Islamic Banking (Rekening Simpanan Bank Syariah) yang mempunyai *customer loyalty* (loyalitas nasabah) tertinggi untuk tabungan bank syari'ah pada tahun 2012<sup>5</sup>. Kesetiaan nasabah yang

dicatat BMI sebagai bank syari'ah pertama ini tentunya dipengaruhi banyak faktor.

Akhirnya, penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh bagaimana kesetiaan nasabah yang ada di BMI Cabang Surakarta serta apa sajakah faktor yang dipertimbangkan oleh nasabah untuk terus menerus menabung disana. Dan kemudian untuk mengkaji fenomena nasabah bank syari'ah, khususnya BMI ini, penulis menentukan objek penelitian di BMI Cabang Surakarta. Sehingga kemudian penulis mengemukakan judul "Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah

<sup>4</sup> Statistik Perbankan Syari'ah. Desember 2012. <http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/C917907A-5B04-4F0A-8557-DBF7C018A42D/28110/SPSDes2013.pdf>. hlm. 34.

<sup>5</sup> Indonesian Bank Loyalty Award (IBLA). 2012. [http://markplusinsight.com/download/Indonesia\\_Bank\\_Loyalty\\_Award\\_2012.pdf](http://markplusinsight.com/download/Indonesia_Bank_Loyalty_Award_2012.pdf). hlm. 14.

Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta”.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi nasabah untuk loyal kepada Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta.

## LANDASAN TEORI

Bank Syari'ah sesungguhnya beranjak dari pemahaman para ahli fiqh mengenai ekonomi Islam (muamalat maaliyah) yang dikembangkan oleh para pemikir Islam. Veithzal Rivai<sup>6</sup> menyebutkan bahwa, ekonomi Islam dibangun, ditegakkan dan dilaksanakan berdasarkan ruh dan spirit serta menjunjung tinggi nilai-nilai sebagai berikut: (1) aqidah tauhid, (2) keadilan, (3) kebebasan, dan (4) kemaslahatan (akhlak yang terpuji). Masih menurut Veithzal Rivai, bank syari'ah pun disebut sebagai bisnis yang memiliki tujuan dan operasi tidak memasukkan elemen yang tidak diizinkan oleh agama Islam<sup>7</sup>.

Dari konsep ekonomi Islam ini, akhirnya diejawantahkan dalam sebuah sistem perbankan Islami yang dijalankan berdasarkan prinsip syari'ah serta sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits. Prinsip bagi bank Islam adalah<sup>8</sup> (1) melarang bunga (riba) dan menggunakan bagi hasil, (2) menganggap uang sebagai modal potensial dan bukan komoditi, (3) menghindari *gharar*, (4) menghindari

*maysir*, (5) menjunjung tinggi kontrak yang suci, serta (6) kehalalan investasi.

Menurut Dick dan Basu loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian berulang yang konsisten<sup>9</sup>. Dan adapun menurut Oliver loyalitas konsumen adalah suatu keadaan dimana terdapat komitmen yang kuat dalam pembelian ulang dan penggunaan kembali barang dan jasa perusahaan<sup>10</sup>. Maka penulis berpendapat loyalitas konsumen adalah kontinuitas pembelian atau penggunaan barang dan jasa yang muncul karena komitmen dan kesetiaan yang dimiliki pelanggan, baik karena faktor pribadi, maupun faktor eksternal.

Untuk membangun loyalitas pelanggan, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhinya. Menurut Akbar dan Parvez dalam Seffy et.al faktor-faktor pembentuk loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan<sup>11</sup>. Sedangkan menurut Robinette diantaranya adalah perhatian, kepercayaan, perlindungan perusahaan dan kepuasan akumulatif pelanggan<sup>12</sup>.

<sup>6</sup> Arifin, Veithzal Rivai dan Arviyan. 2010. *Islamic Banking: Sebuah Teori Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara. hlm. 20.

<sup>7</sup> *Ibid.* hlm. 31.

<sup>8</sup> *Ibid.* hlm. 34 dan 173.

<sup>9</sup> Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia. hlm. 16

<sup>10</sup> Sumarwan, Ujang dkk. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press. hlm. 232.

<sup>11</sup> <http://chanwr93.blogspot.com/2012/10/loyalitas-pelanggan.html>

<sup>12</sup> <http://economicsjurnal.blogspot.com/2011/12/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Jill Griffin<sup>13</sup>, Hirdinis<sup>14</sup> dan Fandy Tjiptono<sup>15</sup>, pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang memiliki ciri-ciri antara lain: (1) melakukan pembelian berulang, (2) mempertimbangkan bahwa perusahaan merupakan pilihan pertama dalam pembelian jasa, (3) menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing, (4) membeli antarlini produk dan jasa, (5) yakin bahwa merek/ produk dan layanan bank yang ia pilih ialah yang terbaik, (6) melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan beberapa tahun mendatang, serta (7) mereferensikan/ merekomendasikan produk dan layanan bank yang ia pilih kepada orang lain.

Untuk mengukur keadaan loyalitas nasabah berdasar ketujuh indikator diatas, untuk ukuran perindikator penulis menggunakan ukuran dengan:

- jika 90 - 100 % nasabah memenuhi per-indikator, maka dinilai bahwa pada indikator tersebut terdapat loyalitas yang sangat tinggi.
- Jika 65 - 89 % nasabah memenuhi per-indikator, maka dinilai bahwa pada indikator tersebut terdapat loyalitas yang tinggi.
- Jika 40 - 64 % nasabah memenuhi per-indikator, maka dinilai bahwa pada indikator tersebut terdapat loyalitas yang cukup tinggi.

- Sedang jika hanya dibawah 40 % nasabah saja yang memenuhi per-indikator, maka dinilai bahwa pada indikator tersebut terdapat loyalitas yang rendah.

Kemudian untuk mengukur secara keseluruhan, penulis menggunakan ukuran dengan:

- Ketika ketujuh indikator tersebut berada pada taraf lebih dari tinggi, maka dinilai bahwa loyalitas nasabah bank berada pada taraf yang sangat tinggi.
- Ketika hanya lima sampai enam indikator saja yang berada pada taraf lebih dari tinggi, maka dinilai bahwa loyalitas nasabah bank masih berada pada taraf yang tinggi.
- Ketika hanya empat indikator saja yang berada pada taraf lebih dari tinggi, maka dinilai bahwa loyalitas nasabah bank berada pada taraf yang cukup tinggi.
- Dan ketika hanya satu sampai tiga saja indikator yang berada pada taraf lebih dari tinggi, maka dinilai bahwa loyalitas nasabah berada pada taraf yang rendah.

Terciptanya loyalitas pelanggan bermanfaat untuk: mengurangi biaya pemasaran, mendapatkan manfaat pasar, menarik pelanggan baru dan waktu untuk merespons ancaman dari pesaing<sup>16</sup>.

<sup>13</sup> Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty – Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga. hlm. 31

<sup>14</sup> [http://www.docstoc.com/docs/106792888/210904\\_SeminarPemasaran\\_Modul5NEW\\_Hirdsm](http://www.docstoc.com/docs/106792888/210904_SeminarPemasaran_Modul5NEW_Hirdsm)

<sup>15</sup> Sumarwan. *Op. cit.* hlm. 233.

<sup>16</sup> Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syari'ah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syari'ah*. Bogor: Ghalia Indonesia. hlm. 130.

### Kajian Pustaka

1. Skripsi yang disusun oleh Ariyanti (2011) di Fakultas Ekonomi UMS dengan judul "*Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus di Bank BTN Syariah Cabang Surakarta)*" menyimpulkan bahwa motif keuntungan berpengaruh positif kepada nasabah. Penelitian juga ini menyarankan untuk mengembangkan variabel lain dan menggunakan teknik wawancara untuk mengembangkan penelitian.
2. Skripsi yang disusun oleh Evi Ina Cahyanti (2012) di FE UMS dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Syari'ah Mandiri Cabang Pembantu Sragen)*" menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.
3. Skripsi yang disusun oleh Radityo Nugroho (2011) di FE UMS dengan judul "*Analisis Service Performance Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Moderating Variabel Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah di Indonesia (Studi Pada Nasabah Sekitar Kota Surakarta)*" menyimpulkan bahwa *service performance* dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syari'ah di Indonesia, dengan kepuasan

nasabah sebagai variabel yang paling dominan berpengaruh.

4. Tesis yang disusun oleh Oni Trijaningsih (2005) di Pasca Sarjana UMS dengan judul "*Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BPD Jateng Cabang Karanganyar*" menyimpulkan bahwa pelayanan karyawan, kondisi fisik bank, lokasi, suku bunga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan pelayanan karyawan berpengaruh lebih besar dibandingkan variabel lain.

Dari beberapa kajian pustaka diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang menjadi alasan yang dipertimbangkan oleh seseorang untuk setia menjadi nasabah bank sangatlah banyak. Di satu tempat bisa saja yang menjadi pendorong nasabah untuk setia menjadi nasabah adalah motif keuntungan (suku bunga atau bagi hasil), *service performance*, kepuasan nasabah, pelayanan karyawan, kondisi fisik bank, lokasi, dan promosi.

Sebagai kontinuitas penelitian, yang menjadikan penelitian ini sangat penting dan berbeda dengan yang telah dilakukan sebelumnya adalah bahwa dengan penelitian ini penulis bermaksud untuk mengembangkan variabel yang sebelumnya (penelitian sebelum ini), terbatas pada faktor-faktor diatas dan berasal dari peneliti secara terikat dengan pengumpulan data melalui angket tertutup. Sehingga pada penelitian ini penulis bermaksud



meneliti berdasar metode wawancara terbuka dan kemudian dianalisis secara kualitatif deskriptif.

## METODE PENELITIAN

### 1. Jenis Penelitian

Berdasarkan masalah yang dikemukakan diatas, dilihat dari tempat penelitiannya, jenis penelitian ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*). Penelitian ini juga termasuk Penelitian Deskriptif yang menjelaskan dan menggambarkan karakteristik data.

### 2. Subyek dan Tempat Penelitian

Subyek penelitian ini difokuskan terhadap nasabah yang menabung di Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Questioner/ Angket

Untuk mensurvei langsung bagaimana profil dan kondisi nasabah di lapangan, penulis mengambil teknik pengumpulan data dengan questioner/ angket dengan pertanyaan tertutup untuk diisi oleh nasabah dan membatasi jawaban mereka. Angket berisi pertanyaan-pertanyaan yang relevan dengan tujuan penelitian.

#### b. Wawancara

Dalam penelitian ini, wawancara digunakan untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden<sup>17</sup>, yaitu mencari dan mengembangkan hal

yang memengaruhi loyalitas nasabah/ responden berdasarkan pengetahuan, keyakinan dan pengalaman pribadinya.

#### c. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian<sup>18</sup>. Dalam hal ini penulis mengumpulkan dokumen yang membantu pengkajian terhadap data tempat penelitian serta mengkaji bagaimana konsep teoritis mengenai bank syari'ah dan perilaku nasabah.

### 4. Sumber Data

#### a. Sumber Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli<sup>19</sup>. Sumber data primer penelitian ini adalah nasabah yang menabung di Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta.

#### b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder didapat dari literatur-literatur, buku-buku atau bacaan serta dokumentasi yang relevan dan dapat membantu menjelaskan data primer, baik itu didapat dari tempat penelitian, maupun dari kajian pustaka yang dilakukan.

---

<sup>17</sup> Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. hlm. 137.

---

<sup>18</sup> Muhamad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Press. hlm. 152

<sup>19</sup> *Ibid*. hlm. 103

## 5. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah semua nasabah yang menabung di BMI Cabang Surakarta. Berdasarkan dokumentasi BMI Cabang Surakarta per 31 Januari 2013 (dari tahun 2003), jumlah data penabung adalah sebanyak 92.061 orang.

Untuk membatasi subyek penelitian, penulis memilih sampling menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Dari jumlah populasi tersebut, penulis mengambil sampel sebanyak 24 orang responden yang diwawancarai.

## 6. Teknik Analisis Data

Melalui teknik pengumpulan data diatas, kemudian akan didapatkan data mengenai hal-hal/ keadaan yang memotivasi nasabah untuk memberikan loyalitasnya menabung di BMI Cabang Surakarta. Data tersebut kemudian dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan dan memberikan penjelasan fenomena yang didapat dari data yang dikumpulkan.

## HASIL PENELITIAN

Dari berbagai ciri yang menjadi penilaian terhadap loyalitas nasabah, penulis melakukan pengambilan data kepada nasabah di lokasi objek penelitian ini. Gambaran responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan jenis kelaminnya, terdapat 14 orang perempuan dan 10 orang laki-laki. Perempuan berjumlah lebih banyak karena

ketika dilapangan relatif lebih mudah dan terbuka untuk diwawancarai dengan waktu yang lebih lama.

2. Secara keseluruhan beragama Islam.
3. Dilihat dari tingkat pendidikannya semua responden berada dalam taraf pendidikan yang baik, semuanya telah melewati pendidikan di perguruan tinggi, dan hanya 4 orang saja diantaranya yang lulusan SMA.
4. Secara ekonomi, dilihat dari pekerjaan yang dimiliki nasabah, semuanya berada dalam taraf ekonomi menengah ke atas. Dalam arti semuanya mempunyai pekerjaan, baik itu sebagai pegawai negeri, di instansi swasta, maupun menjadi wirausahawan. Hanya 3 orang saja yang tidak bekerja, namun menjadi ibu rumah tangga.

## 1. Fenomena Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta

Berdasarkan hasil pertanyaan angket dan wawancara yang telah dilakukan kepada 24 orang responden dengan gambaran sebagaimana tersebut diatas, ternyata terdapat banyak fenomena yang terdapat pada loyalitas (kesetiaan) nasabah BMI Cabang Surakarta. Keadaan loyalitas mereka pun sangat beragam dan memiliki fenomena yang unik. Secara detail, data mengenai loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

No	Indikator	Data			Penilaian
1	Intensitas lamanya menabung	> 3 th = <b>17 org – 71%</b>	2-3 th = 4 org = 17 %	0-2 th = 3 org = 12 %	Loyalitas Tinggi
2	Memprioritaskan jasa di BMI Cabang Surakarta	Memprioritaskan = <b>18 org = 75 %</b>	Tidak memprioritaskan = 6 org = 25 %		Loyalitas Tinggi
3	Kekebalan terhadap pesaing (tidak menabung di bank lain)	Kebal = <b>16 org = 67 %</b>	Kebal, punya rekening lain = 10 org = 42 %	Tidak kebal = 8 org = 33 %	Loyalitas Tinggi
4	Menggunakan jasa selain tabungan yang dipakai	Ya = <b>5 org = 21 %</b>	Tidak = 19 org = 79 %	Tidak, di tempat lain = 6 org = 25 %	Loyalitas Rendah
5	Merasa yakin terhadap BMI Cabang Surakarta	Sangat yakin = <b>4 org = 17 %</b>	Yakin = <b>17 org = 71 %</b>	Kurang yakin = 3 org = 12 %	Loyalitas Tinggi
6	Berencana untuk menabung dalam jangka waktu lama	Selamanya = <b>23 org = 95 %</b>	1 tahun lagi = 1 org = 5 %		Loyalitas Sangat Tinggi
7	Mengajak orang lain untuk ikut menabung di BMI Cabang Surakarta	Sering = <b>4 org = 17 %</b>	Pernah = 16 org = 66 %	Tidak pernah = 4 org = 17 %	Loyalitas Tinggi

Maka berdasar hasil tiap indikator diatas dapat dilihat bahwa secara keseluruhan nasabah BMI Cabang Surakarta mempunyai tingkatan loyalitas yang tinggi. Ini ditunjukkan oleh adanya penilaian yang tinggi pada hampir seluruh indikator loyalitas ada pada nasabah BMI Cabang Surakarta.

## 2. Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta

Berdasarkan hasil survei dilapangan ditemukan bahwa ternyata nasabah memiliki beragam alasan untuk lebih memilih bertahan lama menggunakan produk di BMI

Cabang Surakarta. Secara umum, alasan-alasan yang menjadi faktor bagi nasabah untuk loyal terhadap BMI Cabang Surakarta dapat dikelompokkan menjadi lima faktor, seperti terlihat pada tabel di halaman setelah ini.

Dari tabel dibawah, dapat dilihat bahwa secara keseluruhan nasabah BMI Cabang Surakarta lebih banyak masih menjadikan citra BMI sebagai bank yang dengan slogan “Pertama Murni Syari’ah” yang dimunculkan diawal kehadirannya menjadi faktor kuat yang memengaruhi pilihan nasabah untuk tetap loyal menggunakan produk di BMI Cabang Surakarta. Dan kemudian diikuti pula oleh keberhasilan BMI Cabang Surakarta dalam memberikan pelayanan dan

fasilitas serta keamanan yang sesuai dengan harapan para nasabah. Begitupula melalui fitur-fitur produk yang dikenal mudah, memperluas kesempatan BMI Cabang Surakarta untuk lebih berekspansi menguatkan keyakinan nasabah dan masyarakat luas.

Dibanding kajian pustaka yang telah disampaikan sebelumnya, maka hasil dari penelitian ini menemukan bahwa faktor prinsip syari'ah perlu menjadi perhatian lebih dalam membangun loyalitas nasabah bank syari'ah, serta faktor lain seperti yang telah dijelaskan pada Bab ini.

Indikator		Jumlah	Persentase
Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah	1. Prinsip syari'ah yang diterapkan	15 orang	62,5 %*
	2. Pelayanan dan fasilitas yang diberikan	13 orang	54%
	3. Fitur produk yang diberikan	6 orang	25%
	4. Jaminan dan keamanan dana yang diberikan	4 orang	16%
	5. Lingkungan (teman, keluarga dan relasi) nasabah	3 orang	12,5 %

\* Jumlah dan persentase pada tabel ini bukan dalam rangka perbandingan antar faktor, namun menjadi penilaian secara keseluruhan yang ada pada nasabah.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan, maka penulis mengambil kesimpulan, yaitu:

1. Loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta berada pada tingkatan yang tinggi. Hal itu ditandai dengan lamanya mayoritas nasabah menabung di BMI Cabang Surakarta, mayoritas nasabah yang memprioritaskan BMI Cabang Surakarta dalam pemilihan jasa perbankan, kekebalan mayoritas nasabah terhadap tarikan dari bank lain, keyakinan mayoritas nasabah bahwa BMI Cabang Surakarta adalah yang terbaik, adanya niat hampir semua nasabah untuk selamanya menabung di BMI Cabang Surakarta serta adanya rekomendasi yang dilakukan oleh

nasabah dalam mengajak orang lain menabung di BMI Cabang Surakarta.

2. Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta diantaranya adalah : (a) faktor prinsip syari'ah yang diterapkan, (b) faktor pelayanan dan fasilitas yang diberikan, (c) faktor fitur produk yang diberikan, (d) faktor jaminan dan keamanan dana yang diberikan, serta, dan (e) faktor lingkungan (teman, keluarga dan relasi) nasabah. Faktor-faktor tersebut akhirnya menyebabkan tingginya loyalitas nasabah di BMI Cabang Surakarta.

Dan kemudian penulis memberikan saran berupa:

1. Penelitian ini menemukan lima faktor diatas, sehingga kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan variabel

- penelitian yang bersifat evaluatif untuk menggunakan faktor-faktor tersebut sebagai variabel.
2. Kepada peneliti selanjutnya juga disarankan untuk mengembangkan objek penelitian di bank lain dibawah ikatan bank konvensional, sehingga fenomena nasabah dapat lebih beragam.
  3. Bagi para nasabah agar lebih memahami kembali konsep dan prinsip bank syari'ah, baik secara nilai-nilai yang dipegang maupun secara manajerial perusahaan dan dana, supaya merasa lebih yakin terhadap pilihannya untuk tetap menabung di bank syari'ah, khususnya Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta.
  4. Kepada bank syari'ah, institusi terkait akademisi dan masyarakat untuk meningkatkan kembali kesadaran mengenai manajemen bank syari'ah yang benar-benar terpisah dengan sistem konvensional.
  5. Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta lebih meningkatkan program pemasaran dan edukasi, baik tentang perbankan syari'ah ataupun mensosialisasikan produk dan layanan yang disediakan; melakukan perluasan kerjasama dengan jaringan bisnis, institusi pekerjaan dan pendidikan; menguatkan kembali informasi mengenai produk dan layanannya kepada nasabah yang telah setia agar peningkatan investasi dapat masuk melalui jasa di lini lain; dan mempertahankan citra dan fitur produk tabungan yang menjadi faktor nasabah menyukai dan loyal untuk tetap menabung disana.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Karnaen Perwataatmadja dan M. Syafi'i. 1992. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Arifin, Veithzal Rivai dan Arviyan. 2010. *Islamic Banking: Sebuah Teori Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty – Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hakim, Cecep Maskanul. 2011. *Belajar Mudah Ekonomi Islam*. Banten: Shuhuf Media Insani.
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing Bank Syari'ah: Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syari'ah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa oleh Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muhamad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumar'in. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumarwan, Ujang dkk. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (ed. 3 cet. 3)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widodo, Edy Wibowo dan Untung H. 2005. *Mengapa Memilih Bank Syari'ah?*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Bank Muamalat Indonesia. <http://www.muamalatbank.com/> diakses tanggal 4 Februari 2013 pukul 17.10.
- Indonesian Bank Loyalty Award (IBLA). 2012. [http://markplusinsight.com/download/Indonesia\\_Bank\\_Loyalty\\_Award\\_2012.pdf](http://markplusinsight.com/download/Indonesia_Bank_Loyalty_Award_2012.pdf) diakses tanggal 16 Desember 2012 pukul 08.30.
- Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia Tahun 2011. [http://www.muamalatbank.com/home/investor/annual\\_report](http://www.muamalatbank.com/home/investor/annual_report) diakses tanggal 4 Februari 2013 pukul 16.45.
- Statistik Perbankan Indonesia Juni 2012. <http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/728F40BB-AF9E-4229-86B0-1E47D27F4BF7/26807/SPIJuni2014.pdf> diakses tanggal 10 Oktober 2012 pukul 16.10.
- Statistik Perbankan Syari'ah. Desember 2012. <http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/C917907A-5B04-4F0A-8557-DBF7C018A42D/28110/SPSDes2013.pdf> diakses tanggal 15 Desember 2012 pukul 16.45.
- <http://chanwr93.blogspot.com/2012/10/loyalitas-pelanggan.html> diakses tanggal 26 Desember 2012 pukul 17.22.
- <http://economicsjurnal.blogspot.com/2011/12/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html> diakses tanggal 30 Desember 2012 pukul 10.45.
- <http://koleksi-skripsi.blogspot.com/2008/07/gambaran-umum-bank-muamalat-indonesia.html> diakses tanggal 4 Februari 2013 pukul 17.10.
- [http://www.docstoc.com/docs/106792888/210904\\_SeminarPemasaran\\_Modul5NEW\\_Hirdsm](http://www.docstoc.com/docs/106792888/210904_SeminarPemasaran_Modul5NEW_Hirdsm) diakses tanggal 18 Oktober 2012 pukul 15.15.